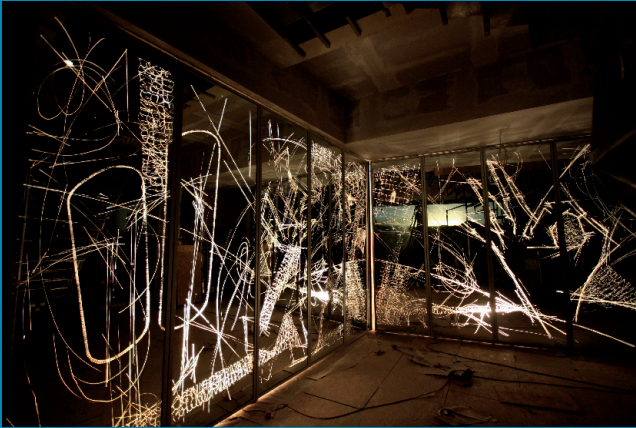


# OVERKILL SHOP

## GLOSSY STUBENHOCKER

Text > Nada Carls



Es ist kein Hip Hop Laden.“ Ein klares Statement von René Krüger, einem der mit dem Umbau des Overkill Shops beauftragten Architekten des Büros plus 4930 Architektur. Eine Aussage, die vor allem stutzig macht, wenn man Overkill als Berliner Writer- und Hip Hop Institution begreift. Begonnen hatte es 1992 mit Overkill Issue # 1, der ersten Ausgabe eines Berliner Graffiti-Magazins mit Fanzine-Charakter, deren handkopierte Ur-Ausgabe in 50er Auflage synonym zum Herzblut des eigenen Engagement steht. 2003 eröffneten Thomas Peiser und Robert Schultz gemeinsam den Overkill Shop in Kreuzberg mit einem Sortiment, das sich primär über Künstlerbedarf für Graffiti und selektierte Streetwear definiert. Im Juni 2008 schlossen dann plötzlich die Türen des Shops, zwei Container wurden zum weiteren Verkauf vor die Tür gestellt und es begann eine Promoschnitzeljagd. Sticker auf Ampeln und Stromkästen in der Stadt ließen verlauten: „Overkill Is Dead“, ein neues Logo wurde gelauncht, der Laden blieb trotzdem zu. Beim Opening eines Guerillastores in Berlin-Mitte ahnte keiner, dass es ein Warm-up für die baldige Wiedereröffnung des Overkill Shop war. Viel Lärm um Nichts? Nein – das Ergebnis des Umbaus ist ein Ladenkonzept wirkungsvoller Gegensätze. Das Erdgeschoss würde an einen glossy Showroom erinnern, wenn nicht die gesamte Fläche künstlerisch mit Scratchings zerstört worden wären. Die unbeliebten Fensterkratzerien lassen die hinterleuchteten Spiegelwände als Kunstobjekte erscheinen und bilden das Umfeld für Sneaker von Nike, Adidas, Puma und Reebok. Eine aufwändig geschweißte Treppe führt nach oben, in eine Alt-Berliner Wohnung. Marken wie Rudolf Dassler, Alife, Fuct und Orchard Street werden hier unaufdringlich in Drei-Zimmer-Küche-Bad präsentiert. Wir stöbern in den Schränken von „Familie Overkill“ und finden es nicht schlimm, wenn Rudi heute mal wieder seinen Stubenarrest absitzen muss.

“It’s not a hip-hop store.” A clear statement by René Krüger, one of the architects from the office “plus 4930 Architektur” hired to renovate the Overkill Shop. A statement that really makes you wonder since most regard Overkill as a Berlin writer and hip-hop institution. It started in 1992 with Overkill Issue # 1, the first issue of the fanzine-like Berlin graffiti magazine, whose 50-edition hand-copied first issue symbolizes Overkill’s passionate commitment. In 2003, Thomas Peiser and Robert Schultz opened the Overkill Shop in Kreuzberg with a selection mainly consisting of graffiti art supplies and select streetwear. Then in June 2008, the doors of the shop suddenly closed, two containers were put in front of the door with things that continued to be for sale, and a promotional scavenger hunt started with stickers on traffic lights and city power boxes that read “Overkill Is Dead.” A new logo was launched, but the store remained closed. At the opening of a guerilla store in Berlin-Mitte, no one suspected that it was a warm-up for the upcoming reopening of the Overkill Shop. A big stir over nothing? No, the renovation resulted in a contrast-rich store concept. The ground floor would recall a glossy showroom if the entire room hadn’t been ruined for the sake of art with scratching. The unpopular window scratches make the mirror-walls lit up behind them look like art objects and create the setting for sneakers by Nike, Adidas, Puma and Reebok. Elaborately welded steps lead upstairs to an old Berlin apartment where brands like Rudolf Dassler, Alife, Fuct and Orchard Street are presented with understatement in a three bedroom apartment. We peruse the “Overkill Family” shelves and don’t think it’s a bad idea if Rudi is confined to his room again today.

Overkill Shop  
Köpenicker Str. 195a,  
10997 Berlin-Kreuzberg

[www.overkillshop.com](http://www.overkillshop.com)